

Medio	Titular	URL Noticia	Fecha	Promedio diario de usuarios únicos	Valor Publicitario Equivalente (€)
www.infobae.com	El Pabellón de España se inunda de novedades en el MWC con las exhibiciones de 45 pymes	https://www.infobae.com/2024/02/28/el-pabellon-de-espana-se-inunda-de-novedades-en-el-mwc-con-las-exhibiciones-de-45-pymes/	28/2/24	64.064.884	128.129,77 €
www.elmundo.es	'Peseta que encuentro para adentro SL', 'Donde...	https://www.elmundo.es/2024/02/10/65c6796921efa0720b8b458c.html	10/2/24	31.103.277	62.208,35 €
www.larazon.es	El gasto en Sportech crecerá un 76% hasta 2028	https://www.larazon.es/sportech-crecera-76-2028-2024-02-29/10746303160016710897050555430174561018702409729/el-pavello-espanyol-sinunda-de-	12/2/24	13.795.685	27.591,37 €
cadena8.com	El Pavelló espanyol s'inunda de novetats a l'MWC amb les exhibicions de 45 pimes	https://www.cadena8.com/noticias-de-mia/futbol-cada-vez-mas-caro-aficionados-	29/2/24	11.390.125	22.780,25 €
www.lasexta.com	El fútbol, cada vez más caro para los aficionados: cada habitante gasta 10 euros al año en España	https://www.lasexta.com/noticias-de-mia/futbol-cada-vez-mas-caro-aficionados-	12/2/24	9.733.737	19.467,47 €
www.europapresses.es	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.europapresses.es/economia-telecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	21/2/24	9.274.055	18.548,11 €
www.europapresses.es	Telecoming nombra a Roberto Monge como nuevo director global de Negocio	https://www.europapresses.es/economia-telecoming-nombra-a-roberto-monge-como-nuevo-director-global-de-negocio/	5/2/24	9.274.055	18.548,11 €
www.europapresses.es	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	https://www.europapresses.es/economia-00338/noticia-espanoles-los-espanoles-gastaran-494-millones-de-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming/	19/2/24	9.274.055	18.548,11 €
www.eleconomista.es	Cada vez es más caro sentir los colores: el gasto sube un 14%	https://www.eleconomista.es/2024-02-19/entradas-a-un-partido-o-la-suscripcion-12667098/02/24/cada-vez-es-mas-caro-sentir-los-colores-el-gasto-sube-un-14-	12/2/24	8.867.602	17.735,20 €
cincodias.elpais.com	Entradas a un partido o la suscripción...	https://cincodias.elpais.com/cinco-dias/2024-02-19/entradas-a-un-partido-o-la-suscripcion-12667098/02/24/cada-vez-es-mas-caro-sentir-los-colores-el-gasto-sube-un-14-	19/2/24	4.726.746	9.453,49 €
diariodesevilla.es	Video: MWC 2024: El Pabellón de España reunirá a 45 empresas tecnológicas	https://www.diariodesevilla.es/2024-02-23/pabellon-espana-empresas-tecnologicas-video-0-1978414144.html	23/2/24	4.089.417	8.182,07 €
es.investing.com	El Pabellón de España se inunda de novedades en el MWC con las exhibiciones de 45 pymes	https://es.investing.com/news/stock-market-news/el-pabellon-de-espana-se-inunda-de-novedades-en-el-mwc-con-las-exhibiciones-de-45-pymes-10746303160016710897050555430174561018702409729/pabellon-espana-novedades-mwc-	28/2/24	2.140.998	4.282,00 €
efe.com	El Pabellón de España se inunda de novedades en el MWC con las exhibiciones de 45 pymes	https://www.efe.com/efe/economia/futbol-cada-vez-mas-caro-aficionados-10746303160016710897050555430174561018702409729/pabellon-espana-novedades-mwc-	29/2/24	1.411.086	2.822,17 €
lasextatv	El fútbol, cada vez más caro para los aficionados: cada habitante gasta 10 euros al año en España	https://www.lasextatv.com/noticias-de-mia/futbol-cada-vez-mas-caro-aficionados-10746303160016710897050555430174561018702409729/pabellon-espana-novedades-mwc-	12/2/24	1.012.000	30.360,00 €
www.bolsamania.com	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.bolsamania.com/noticias/economia-telecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	21/2/24	927.645	1.855,29 €
www.bolsamania.com	Telecoming nombra a Roberto Monge como nuevo director global de Negocio	https://www.bolsamania.com/noticias/economia-telecoming-nombra-a-roberto-monge-como-nuevo-director-global-de-negocio/	5/2/24	927.645	1.855,29 €
www.bolsamania.com	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	https://www.bolsamania.com/noticias/economia/economia-los-espanoles-gastaran-494-millones-de-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming-video-0-1978414144.html	19/2/24	927.645	1.855,29 €
forbes.es	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.forbes.es/2024-02-21/hora/414680/telecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	21/2/24	641.125	1.282,25 €
forbes.es	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	https://www.forbes.es/2024-02-19/espanoles-gastaran-494-millones-de-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming-video-0-1978414144.html	19/2/24	641.125	1.282,25 €
www.diariodejerez.es	MWC 2024: El Pabellón de España reunirá a 45 empresas tecnológicas	https://www.diariodejerez.es/2024-02-23/mwc-2024-el-pabellon-de-espana-reunira-a-45-empresas-tecnologicas-video-0-1978414144.html	23/2/24	575.156	1.150,31 €
www.europasur.es	Video: MWC 2024: El Pabellón de España reunirá a 45 empresas tecnológicas	https://www.europasur.es/2024-02-23/pabellon-espana-empresas-tecnologicas-video-0-1978414144.html	23/2/24	508.737	1.017,47 €
www.diariodealmeria.es	Video: MWC 2024: El Pabellón de España reunirá a 45 empresas tecnológicas	https://www.diariodealmeria.es/2024-02-23/pabellon-espana-empresas-tecnologicas-video-0-1978414144.html	23/2/24	444.862	889,72 €
El Mundo	'Peseta que encuentro va para dentro SL...' y otras empresas de 2030	https://www.elmundo.es/2024-02-10/65c6796921efa0720b8b458c.html	10/2/24	440.000	78.129,00 €
idad Económica - El Mundo Primera Ed	'Peseta que encuentro va para dentro SL...' y otras empresas de 2023	https://www.idad-economica.es/2024-02-10/65c6796921efa0720b8b458c.html	10/2/24	440.000	12.433,00 €
www.eldiadecordoba.es	Video: MWC 2024: El Pabellón de España reunirá a 45 empresas tecnológicas	https://www.eldiadecordoba.es/2024-02-23/mwc-2024-el-pabellon-de-espana-reunira-a-45-empresas-tecnologicas-video-0-1978414144.html	23/2/24	372.336	744,67 €
www.marketingdirecto.com	Gokhan Varlikli, nuevo Chief Marketing Officer de Telecoming	https://www.marketingdirecto.com/2024-02-23/gokhan-varlikli-nuevo-cmo-de-telecoming/	23/2/24	217.183	434,37 €
La Razón	Nombramientos	https://www.larazon.es/2024-02-11/nombramientos-414680/telecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	11/2/24	213.000	13.164,00 €
El Mundo Madrid	'Peseta que encuentro va para dentro SL...' y otras empresas de 2027	https://www.elmundo.es/2024-02-10/65c6796921efa0720b8b458c.html	10/2/24	185.000	48.641,00 €

www.diariosigloxxi.com	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.diariosigloxxi.es/articulo/gokhan-varlikli-nuevo-responsable-del-area-de-marketing-telecoming/	21/2/24	130.957	261,91 €
www.diariosigloxxi.com	Telecoming nombra a Roberto Monge como nuevo director global de Negocio	https://www.diariosigloxxi.es/articulo/nombra-a-roberto-monge-como-nuevo-director-global-de-negocio-telecoming/	5/2/24	130.957	261,91 €
www.diariosigloxxi.com	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	http://mostrar/20240219120350/espanoles-gastaran-494-millones-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming/	19/2/24	130.957	261,91 €
www.tumblr.com	Pymes españolas destacan innovaciones en el Pabellón de España del Mobile World Congress	https://www.tumblr.com/blog/view/vogelgbl/743572869180686336	28/2/24	45.045.576	90.091,15 €
La Razón	El gasto en Sportech crecerá un 76% hasta 2028	https://niveyev.rodsdca.com/mwv/atvRQWZvzStUmpGhhRPBdXnkncmbdI/view?usp=sharing	11/2/24	122.000	22.212,00 €
El Mundo Castilla y León	'Peseta que encuentro va para dentro SL'... y otras empresas de 2026	https://niveyev.rodsdca.com/mwv/fLjDfbcILCtPhiO89PyOlKKePndnm146ek/view?usp=sharing	10/2/24	118.000	2.958,00 €
tellerreport.com	side SL', 'Where there is no wine there is no love'.. the 50 most curious names of companies created in Spain	https://tellerreport.com/tufundusss/zuz4-zxz10--peseta-that-i-find-inside-sl---where-there-is-no-wine-there-is-no-love-the-50-most-curious-names-of-companies-created-in-spain/	10/2/24	112.825	225,65 €
www.lado.mx	El Pabellón de España se inunda de novedades en el MWC con las exhibiciones de 45 pymes	https://www.lado.mx/noticia.php?id=15368914	28/2/24	70.548	141,10 €
www.negocios.com	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.informacion.es/articulos/nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing-telecoming/	21/2/24	56.608	113,22 €
www.negocios.com	Telecoming nombra a Roberto Monge como nuevo director global de Negocio	https://www.informacion.es/articulos/nombra-a-roberto-monge-como-nuevo-director-global-de-negocio-telecoming/	5/2/24	56.608	113,22 €
www.negocios.com	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	https://www.informacion.es/articulos/gastaran-494-millones-de-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming/	19/2/24	56.608	113,22 €
El economista	CADA VEZ ES MÁS CARO SENTIR LOS COLORES DE UN EQUIPO DEPORTIVO	GG48kSyDYlOPJBJqOpH8N/view?usp=sch-spline	12/2/24	52.000	2.001,00 €
www.pressdigital.es	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.pressdigital.es/articulos/nomina-p204-02-02-19/4727653-telecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	21/2/24	49.959	99,92 €
www.pressdigital.es	Telecoming nombra a Roberto Monge como nuevo director global de Negocio	https://www.pressdigital.es/articulos/nomina-p204-02-02-19/4727653-telecoming-nombra-a-roberto-monge-como-nuevo-director-global-de-negocio/	5/2/24	49.959	99,92 €
www.pressdigitales	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	nominia/2024-02-19/47276178-espanoles-gastaran-494-millones-euros-2024-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming/	19/2/24	49.959	99,92 €
www.topcomunicacion.com	Gokhan Varlikli, nuevo Chief Marketing Officer de Telecoming	https://www.topcomunicacion.com/gokhan-varlikli/	21/2/24	46.045	92,09 €
dirigentesdigital.com	Gokhan Varlikli, nuevo Chief Marketing Officer de Telecoming - Dirigentes Digital	https://dirigentesdigital.com/marketing/officer-gokhan-varlikli-nuevo-chief-marketing-officer-de-telecoming/	22/2/24	41.279	82,56 €
dirigentesdigital.com	Telecoming nombra a Roberto Monge nuevo director Global de Negocio - Dirigentes Digital	https://dirigentesdigital.com/marketing/officer/nombra-nombra-a-roberto-monge-nuevo-director-global-de-negocio-telecoming/	6/2/24	41.279	82,56 €
eibroero.es	El Pabellón de España se inunda de novedades en el MWC con las exhibiciones de 45 pymes	https://elbroero.es/articulos/el-pabellon-de-espanya-se-inunda-de-novedades-en-el-mwc-con-las-exhibiciones-de-45-pymes/	29/2/24	35.524	71,05 €
www.eibroero.es	El Pabellón de España se inunda de novedades en el MWC con las exhibiciones de 45 pymes	https://www.eibroero.es/articulos/el-pabellon-de-espanya-se-inunda-de-novedades-en-el-mwc-con-las-exhibiciones-de-45-pymes/	29/2/24	35.524	71,05 €
quepasamedia.com	El Pabellón de España se llena de novedades de empresas en el Congreso Mundial de Móviles	https://quapasamedia.com/noticias/pabellon-de-espana-se-llena-de-novedades-de-emprendas-en-el-congreso-mundial-de-moviles/	28/2/24	33.451	66,90 €
www.laprensalatina.com	Spain Pavilion flooded with innovations at MWC with exhibits from 45 SMEs	spain-pavilion-flooded-with-innovations-at-mwc-with-exhibits-from-45-smes/	28/2/24	29.116	58,23 €
www.rrhpress.com	Telecoming nombra a Roberto Monge, nuevo director global de negocio	https://www.rrhpress.com/noticia/telecoming-nombra-a-roberto-monge-nuevo-director-global-de-negocio/	11/2/24	25.457	50,91 €
www.noticiade.es	españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming Noticiasde	https://www.noticiade.es/articulos/espanoles-gastaran-494-millones-de-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming/	19/2/24	18.933	37,87 €
El Mundo Soria	'Peseta que encuentro va para dentro SL'... y otras empresas de 2028	https://www.elmundo.es/soria/2024/02/kfd1alUlNoxzhV5BSX9MTd/view?usp=sch-spline	10/2/24	13.000	2.570,00 €
El Mundo Valladolid	'Peseta que encuentro va para dentro SL'... y otras empresas de 2029	https://www.elmundo.es/valladolid/2024/02/kw2B2kM7PS2oqB8i84A/view?usp=sch-spline	10/2/24	12.178	2.570,00 €
El Mundo Burgos	'Peseta que encuentro va para dentro SL'... y otras empresas de 2024	https://www.elmundo.es/burgos/2024/02/kX0I2nRX45SnS9p0E_23P1O/view?usp=sch-spline	10/2/24	7.186	1.772,00 €
El Mundo - Castellón	'Peseta que encuentro va para dentro SL'... y otras empresas de 2025	https://www.elmundo.es/castellon/2024/02/NQ5R_QRO57zov4FzvBwQOd87I/view?usp=sch-spline	10/2/24	5.872	4.110,00 €



www.norbolsa.es	Telecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing	https://www.norbolsa.es/2024/02/21/telecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	21/2/24	4801	30,00 €
www.norbolsa.es	Los españoles gastarán 494 millones de euros en 2024 en ocio digital deportivo, según Telecoming	https://www.norbolsa.es/2024/02/19/los-espanoles-gastaran-494-millones-de-euros-en-2024-en-ocio-digital-deportivo-segun-telecoming/	19/2/24	4801	30,00 €
www.asociacionmkt.es	ictamen de expertos: Sostenibilidad Económica – Gobernanza en el sector del deporte (desde el punto d	https://www.asociacionmkt.es/2024/02/20/ictamen-de-expertos-sostenibilidad-economica-gobernanza-en-el-sector-del-deporte-desde-el-punto-d/	20/2/24	3.047	30,00 €
www.hispanicpost.com	El Pabellón de España se llena de novedades de empresas en el Congreso Mundial de Móviles	https://www.hispanicpost.com/el-pabellon-de-espana-se-llena-de-novedades-de-empresas-en-el-congreso-mundial-de-moviles/	28/2/24	1.000	30,00 €
cronicadecantabria.com	elecoming nombra a Gokhan Varlikli como nuevo responsable del área de Marketing Crónica de Cantabr	https://www.cronicadecantabria.com/elecoming-nombra-a-gokhan-varlikli-como-nuevo-responsable-del-area-de-marketing/	21/2/24	1.000	30,00 €
www.bhalia.com	GOKHAN VARLIKLI, NUEVO CHIEF MARKETING OFFICER DE TELECOMING	https://www.bhalia.com/gokhan-varlikli-nuevo-chief-marketing-officer-de-telecoming-240324/	24/2/24	1.000	30,00 €
cronicadecantabria.com	Telecoming nombra a Roberto Monge como nuevo director global de Negocio	https://www.cronicadecantabria.com/telecoming-nombra-a-roberto-monge-como-nuevo-director-global-de-negocio/	5/2/24	1.000	30,00 €
hispanopress.xyz	La industria de contenidos digitales facturará 3.352 millones este año en España – Cinco Días	https://www.hispanopress.xyz/la-industria-de-contenidos-digitales-facturara-3352-millones-este-año-en-españa-cinco-días/	25/2/24	1.000	30,00 €
www.deporteson.com	españoles invertirán 494 millones de euros en ocio digital deportivo en 2024, según Telecoming Deporte	https://www.deporteson.com/espanoles-invertiran-494-millones-de-euros-en-ocio-digital-deportivo-en-2024-segun-telecoming/	19/2/24	1.000	30,00 €
itmaroc.com	ation directe par l'opérateur Le marché (nouveau rapport) est sur le point de connaître une croissance mo	https://www.itmaroc.com/ation-directe-par-l-opérateur-le-marché-nouveau-rapport-est-sur-le-point-de-connaître-une-croissance-mo/	7/2/24	1.000	30,00 €
TOTAL				234.217.195	684.379,66 €

CADA VEZ ES MÁS CARO SENTIR LOS COLORES DE UN EQUIPO DEPORTIVO

Los españoles destinarán casi 500 millones en la compra de entradas y ropa de sus clubes en 2024

María Juárez MADRID.

Apoyar al equipo de fútbol no siempre sale gratis. Ni mucho menos. El gasto en productos de *merchandising*, la venta de entradas *online* o la contratación de plataformas digitales deportivas –más conocidas como OTT– se ha elevado en España un 14% entre 2023 y principios de 2024. No obstante, el margen de incremento será mayor en adelante ya que, en 2028, se estima un alza del 80%. Por lo tanto, los aficionados destinarán 791,2 millones de euros. Según el informe ‘*Afición digital. Análisis del mercado sportech europeo 2024-2028*’, elaborado por Telecoming, los españoles desembolsaron, aproximadamente, 473 millones de dólares (439,2 millones de euros al cambio actual) en 2023; mientras que de cara a este año, se espera que el gasto se eleve hasta 538 millones de dólares (499,6 millones de euros).

Este incremento del gasto no es solo un fenómeno de España. En Europa, este año los aficionados al deporte destinarán 7.865 millones de dólares (7.304 millones de euros), un 16% más que el año pasado. Esto se debe al elevado precio de las entradas para los partidos de fútbol, ya que, según explica el informe, “el continente alberga históricos clubes de fútbol que alberga Europa que han posicionado sus marcas dentro de las más valoradas en el mundo. Por ejemplo, clubes como el Real Madrid CF o el Manchester United, son parte de la cultura y de la identidad europea”.

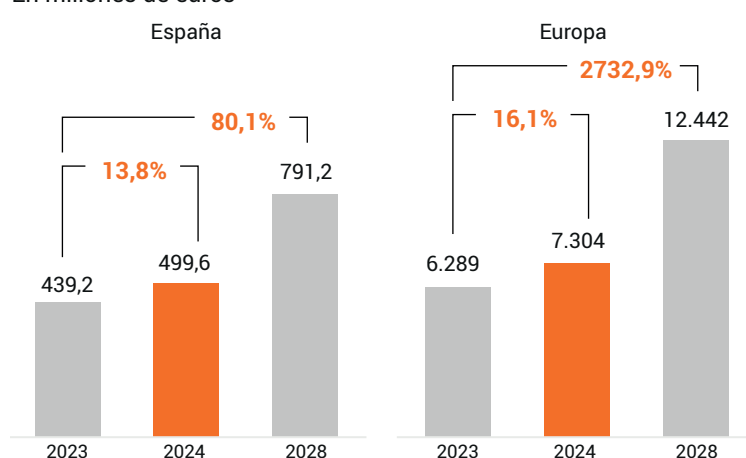
Datos europeos

Si se desglosan los datos por país europeo, Reino Unido se lleva la palma, con un gasto de 2.371 millones de euros (2.201 millones de euros); seguido de Alemania, con 850 millones de dólares (789 millones de euros) y Francia, con 744 millones de dólares (691 millones de euros). “Consumimos más contenido que nunca. Lo digital no deja de ganar adeptos y las marcas deportivas lo ven como una oportunidad para expandir sus comunidades de fans. Creadores y marcas llevan tiempo incorporando herramientas digitales para transformar este escenario en una nueva vía de ingresos”, explica el consejero delegado de Telecoming, Cyrille Thivat.

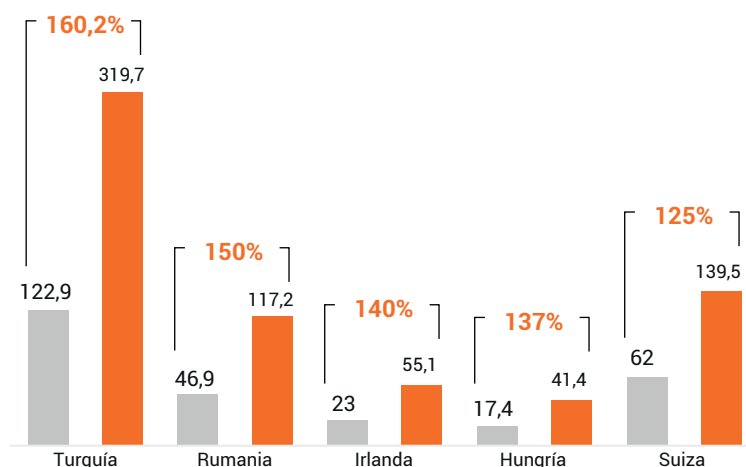
Fuera de Europa, países como Turquía y Rumanía también están

Así evoluciona el gasto en deporte online

En millones de euros



Top países que más crecen en gasto total de aficionados en compras digitales de productos y servicios oficiales



Fuente: Telecoming.

El informe de Telecoming refleja la pujanza en España de la economía online del deporte

experimentando un auge del gasto total en deporte *online*. Los aficionados turcos tiene previsto un presupuesto de 122,9 millones de dólares (113 millones de euros) para este año, aunque en 2028 esperan superar los 320 millones de dólares (297 millones de euros). Siguiendo esta línea, en Rumania prevén un crecimiento del 150% en el gasto en este tipo de compras entre 2024 y 2028, hasta situarlo en 117,2 millones de dólares (108,6 millones de euros).

La venta *online* de entradas también está viviendo su mejor época. Los aficionados se han adaptado a

la digitalización del sector deportivo. A nivel mundial, el valor del mercado digital de venta de entradas deportivas se elevará un 13%. Así, crecerá de 43.227 millones de dólares (40.144 millones de euros) a finales de 2024, hasta los 71.128 millones de dólares (66.055 millones de euros) en 2028. En el caso de España, este gasto se incrementará un 12% entre el año pasado y 2024, hasta los 460 millones de dólares (427 millones de euros).

Nuevos servicios

Además, y según destaca el informe, cada vez son más los aficionados que están dispuestos a pagar más por un servicio de *streaming* que ofrezca todos los deportes que desean ver en un solo lugar.

“Esta manera de consumir el contenido por parte del fan au-

menta el compromiso y la lealtad a las marcas y equipos o atletas favoritos, porque se sienten más involucrados en la experiencia deportiva”, confirma el director de producto de Telecoming, David Murillo. Ahora bien, aunque en general el panorama es bastante alentador para la industria deportiva, tiene que saber hacer frente a un nuevo modelo de



Bellingham (Real Madrid). EP

negocio para adaptarse a las audiencias y saber captar a los usuarios más jóvenes. “Gracias a los dispositivos móviles los aficionados pueden participar en juegos *fantasy*, votar en encuestas, y comentar durante los partidos cuál será el resultado de la competición con otros usuarios. La interacción en tiempo real frente al visionado está dentro de la amplia demanda de los usuarios *más duros* del deporte”, explica Murillo.

La tecnología tiene la sartén cogida por el mango y es una herramienta de transformación clave en el deporte. Pero, ¿por qué es tan importante? En palabras de Murillo, los aficionados quieren, sobre todo, “la interacción con sus marcas deportivas favoritas y los resultados de las competiciones. Para un fan del deporte, la experiencia ya no se limita a ver el partido completo; comienza antes, continúa después y añade interacción durante el mismo”.

elEconomista.es

El gasto en Sportech crecerá un 76% hasta 2028

► España es el cuarto mercado europeo, con un desembolso que ascenderá a 538 millones en 2024

Cristina Ruiz, MADRID

El número de fans del deporte no ha hecho más que crecer en los últimos años, y las previsiones es que esta progresión al alza continúe. El número mundial de aficionados pasará de 3.703 millones en 2024 a 3.904 millones en 2028, lo que supone un incremento del 5,4%. Los países que albergarán un mayor número de fans en los próximos cuatro años serán China, con 726 millones, e India, con 660 millones. En términos de crecimiento, serán África y Medio Oriente las regiones que registrarán una mayor alza en el número de aficionados activos, con aumentos del 11%. En Europa, la cifra de seguidores deportivos superará los 439,4 millones, en un mercado que encabeza Alemania, seguido por Turquía, Reino Unido, Francia, Italia y España.

No solo la cantidad de simpatizantes del deporte crece, sino también la cuantía de dinero que están dispuestos a pagar por disfrutar de experiencias como, por ejemplo, ver a sus equipos favoritos. En este sentido, el gasto digital mundial en deporte pasará de los 57.760 millones de dólares de 2024 a los 101.353

Reino Unido es el país que más gastará en ocio deportivo digital este año: 2.371 millones

millones de 2028, lo que supone un crecimiento del 76% en tan solo cinco años, tal y como recoge Telecoming en su informe «Afición digital. Análisis del mercado sportech europeo. 2024-2028».

En el caso concreto del Viejo Continente, los europeos desembolsarán casi 7.865 millones de dólares, lo que supone el 14% del gasto global. Se estima que éste suba un 70%, hasta alcanzar 13.398 millones en cinco años. En España,



Aplicaciones y cambio de hábitos

► El 75% de los fans de los deportes europeos utilizan aplicaciones móviles para seguir a sus equipos y jugadores favoritos. Por su parte, el 50% de los aficionados siguen los partidos a través de streaming, mientras que el 40% utiliza las redes sociales para interactuar con otros fans. Además, algunas de las aplicaciones oficiales de los clubes de fútbol y las grandes ligas deportivas están ofreciendo experiencias enriquecidas para sus usuarios. Algunas plataformas incrementan la fidelidad de sus seguidores con juegos, concursos e, incluso, con la interacción directa con los jugadores. Otras ofrecen programas de recompensa no solo por las compras, sino también por interacciones en redes sociales. En cuanto a las nuevas generaciones, ya no consumen el contenido deportivo de la misma manera que antes. No están tan interesados en el tiempo de un partido completo y demandan contenido accesible de manera inmediata desde donde quieran y cuando quieran. Además, buscan los principales acontecimientos en formatos cortos.

entrada) y el Sportch For Fan Engagement (productos y servicios oficiales). En cuanto al primero, está teniendo un crecimiento sostenido en el periodo de 2023 a 2028. Este avance evidencia una adaptación continua de los consumidores a las plataformas digitales y a la preferencia creciente por las transacciones en línea, debido a una evolución en las prácticas de compra de los aficionados deportivos. Es, además, una señal clara de la digitalización en curso en la industria del deporte. El valor del mercado digital de venta de entradas deportivas crecerá de 43.227 millones de dólares a finales de 2024, hasta los 71.128 millones en 2028, lo que supone un crecimiento medio interanual del 13% a nivel global.

En lo referente a los productos y servicios oficiales orientados a reforzar la conexión de los usuarios con otros aficionados y con sus marcas y deportistas favoritos, las firmas deportivas cuentan con una mayor información a estas comunidades de fans. Esta relación entre audiencias, engagement y monetización es donde la industria deportiva muestra una progresión impresionante, con un ritmo interanual de crecimiento del 20%, de manera que pasará de los 14.534 millones en 2024 a 30.225, más del doble, al final del plazo analizado.

Gasto medio

En cuanto al gasto medio, el europeo desembolsa 196 dólares al año en animar a sus equipos. El ticket medio por compra relacionada con una marca deportiva aumentará un 6% en Europa entre 2024 y 2028. Dinamarca y Suiza acumulan el gasto medio más alto en 2023 y 2025, aunque serán Rumanía y Croacia los países que tendrán un mayor crecimiento del ticket medio anual por compra a marcas deportivas en 2028, con un avance de 17%.

En España los fans gastan 17 dólares de media por cada compra en plataformas digitales. En la mayoría de los países europeos, se espera un incremento en el gasto medio de los aficionados al deporte en las compras relacionadas con marcas deportivas entre 2024 y 2028. Se estima que en los próximos cuatro años el ticket medio en servicios digitales oficiales supere los 25 dólares en Europa y los 18 en España.

«La industria deportiva está decidida a fortalecer la conexión digital con sus seguidores, invirtiendo en plataformas y estrategias que faciliten una interacción más profunda entre los clubes y sus aficionados», asegura Cyrille Thivat, CEO de Telecoming.

el gasto en ocio digital deportivo pasará de 538 millones en 2024 a los 852 de 2028, con un crecimiento anual medio del 12%, suponiendo el 7% del gasto en ocio digital deportivo total europeo. Reino Unido es el país que más desembolsará en ocio deportivo digital en 2024, con 2.371 millones, seguido de Alemania, con 850 millones, y Francia, con 744. España ocupa la cuarta posición, con 538 millones y, por detrás, se sitúa Italia, con 433 millones.

Así, el análisis de Telecoming hace especial hincapié en el reto al que se enfrenta la industria deportiva, que es saber definir un modelo de negocio para las audiencias nuevas y el fan moderno, con un crecimiento constante entre 2024 y 2028 del número de aficionados que realizan compras en plataformas digitales. Precisamente, los servicios digitales han hecho que sea más fácil que nunca para los amantes de los depor-

tes seguir a sus equipos y atletas favoritos. De hecho, una de las principales causas del crecimiento del consumo de contenidos deportivos en plataformas digitales frente a los medios tradicionales es la experiencia interactiva que ofrecen las marcas, que han cambiado por completo el entretenimiento deportivo.

El mercado se ha dividido en dos categorías principales: Sportech for Ticketing (venta digital de

Opinión



Ignacio Rodríguez Burgos

El dragón chamuscado

China estrena nuevo año, el 4722. Es el año del Dragón. Un signo ambicioso y poderoso, símbolo de buena fortuna y prosperidad. Esto es lo que se dice sobre el papel, porque el año llega a China como un Dragón algo chamuscado. En lo económico, se enfrenta a la debilidad en el consumo. Los compatriotas de Xi Jinping se sienten zarandeados por los derrumbes inmobiliarios como el de Evergrande. Al despejarse la polvareda del hundimiento del andamio se aprecia una ralentización de sus habituales y gigantescos guarismos económicos.

La producción manufacturera no carbura y las estadísticas del paro juvenil son hábilmente centrifugadas por la «túrmix» de la estadística política, pasan del 28% al 15%. Aun así, hay algodonos que no engañan, como los precios. China cerró 2023 con una tasa negativa de inflación de -0,8%, la primera tasa negativa en los últimos 15 años.

Entre las fauces del Dragón aparece el temor a caer en una espiral deflacionista. Y es que la caída de los precios, aunque supone un beneficio inicial a los consumidores, provoca también un recorte en los resultados de las empresas, menos inversión, menos empleo y, por el contrario, un mayor peso de la deuda pública.

Además, en el juego de tronos actual no hay ningún Targaryen capaz de cabalgar a lomos de la bestia en la que se ha convertido la actual geopolítica. China compra con elevados descuentos gas y petróleo rusos. Pekín sostiene a Putin en su desafío a Occidente y, a la vez, aprovecha sus menores costes energéticos para mejorar su posición competitiva para conquistar mercados y clientes en medio mundo, lo que supone más presión a una Europa que ya marcha socarrada.

Nombramientos



► **ROBERTO MONGE**
Telecoming, compañía sportech internacional especializada en desarrollar y distribuir experiencias móviles para deporte y entretenimiento, lo ha nombrado nuevo Chief Business Officer



► **DANIELA IDI**
Motorola la ha designado directora de Marketing para la región EMEA. Proviene de Lenovo, donde ha trabajado desde 2020 como directora de Marketing Territorial y Consumo para EMEA



► **ALFREDO ALCALÁ**
DB Schenker lo ha elegido para desempeñar el cargo de Chief Commercial Officer Iberia, tras liderar los últimos años el área de Logística de la compañía en España y Portugal



► **GONZALO RECARTE**
El Consejo de Administración de Cobas Asset Management, la gestora de inversión en valor del grupo Santa Comba, ha decidido que asuma la Dirección General



► **JORGE RUIZ**
El hasta ahora senior director de Hoteles en España de CBRE amplía sus funciones como responsable del negocio para España y Portugal. El sector hotelero ha liderado la inversión inmobiliaria en ambos mercados



► **CARLOS MEZQUITA**
Es el nuevo director general de Transporte de Thales en España, compañía dedicada a actividades de seguridad para el transporte ferroviario. Liderará el negocio de señalización y telecomunicaciones

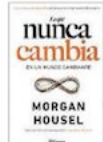


► **ENRIC CELOTTO**
EasyVista, proveedor especializado en soluciones de ITSM, soporte remoto de TI y monitoreo de TI, ha anunciado su incorporación a la empresa como nuevo director de Marketing



► **RAÚL GARCÍA**
OK Mobility, plataforma de movilidad global, lo ha nombrado nuevo General Manager de la división de Procurement & Remarketing (venta de vehículos seminuevos) de la compañía

Libros



«Lo que nunca cambia»
Morgan Housel
PLANETA
304 páginas, 19,90 euros

Morgan Housel invita al lector a cambiar de mentalidad y a preguntarse: ¿qué seguirá igual dentro de diez años? ¿Y dentro de cien? Así comparte 23 verdades atemporales que ha logrado identificar gracias a las grandes lecciones que nos ha legado la Historia.



«Presente y futuro de la juventud en España»
Francisco Pérez, FUNDACIÓN BBVA
322 páginas, 13,30 euros

El objetivo de esta publicación es analizar desde una perspectiva amplia la situación actual y las expectativas de futuro de la juventud española, fundamentalmente las que forman las llamadas generación Y y Z, basándose en la abundante evidencia empírica.



«De profesión: economista»
Varios
CONSEJO DE ECONOMISTAS
166 páginas, 13 euros

El Colegio de Economistas lanza un nuevo número de su publicación trimestral especializada, que contiene varios temas de actualidad y de interés general, así como artículos y tribunas que hacen un análisis de la economía española.



«El mercado no tiene moral»
Mathieu Detchessahar
ALBADA
156 páginas, 16,90 euros

Mathieu Detchessahar aborda en este libro los valores que hay que preservar y aquello que los amenaza. Documenta la paradoja liberal: exaltar el individuo para arrollarlo mejor a los imperativos de la rentabilidad.

Opinión

Mercado del Metaverso

Ignacio Argote Veja-Murguía

Mark Zuckerberg, la Inteligencia Artificial le pinchó la burbuja del Metaverso, y Reality Labs, la unidad de Metaverso de Meta, lleva acumuladas pérdidas cercanas a 25.000 millones de dólares desde principios de 2022; solo en el tercer trimestre de 2023 perdió 3.740 millones.

El problema del Metaverso son las elevadas inversiones para desarrollar tecnología que aún no existe, para poder crear dispositivos de realidad virtual de forma realista y operativa.

El Metaverso es en esta fase una inversión de riesgo, pero a medida que se generalice la adopción de sus tecnologías se abrirán nuevos mercados y modelos de negocio, creando nuevas formas de trabajar, más eficientes y creativas en sectores como la educación, el comercio o los juegos.

Los recientes estudios de investigación de mercado estiman que el metaverso en la Unión Europea podría aportar entre 259.000 y 489.000 millones de euros anuales al Producto Interior Bruto comunitario de aquí a 2035 (entre el 1,3% y el 2,4%). A escala mundial, en 2024, se estima en 700.000 millones de euros.

En España podría alcanzar entre los 28.000 y 53.000 millones de euros en 2035. De hecho, algunas universidades ya están aplicando el Metaverso, creando entornos que permiten la interacción virtual de los estudiantes en actividades educativas, y en el acceso a información sobre instalaciones y procedimientos.

También en empresas del sector inmobiliario y retail, además del sector público. Este mercado, para las pymes españolas especializadas en metaverso, en el año 2023, se ha estimado en 35 millones de euros, con un aumento cercano al 35% con respecto al ejercicio anterior.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadrequetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pillá el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pilló el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pilla el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pilla el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pillas el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pillas el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID

Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pilló el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO

El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.

ACTUALIDAD ECONÓMICA



La cafetería madrileña 'Entren que caben 100', abierta el pasado mes de mayo. JAVIER BARBANCHO

‘Peseta que encuentro va para dentro SL’... y otras empresas de 2023

Las sociedades que se crean en España se disparan un 9,1%, el mejor año desde 2007

MARCOS IRIARTE MADRID
Starbucks es hoy una marca tan conocida a lo largo y ancho del mundo que casi nadie recuerda ya por qué se llama así. Seguramente, tampoco el escritor estadounidense Herman Melville, cuando en 1851 bautizó al contramaestre del *Pequod*, el ballenero de su archiconocida nove-

la *Moby-Dick*, podía imaginar que, más de un siglo después, en 1971, inspiraría a tres emprendedores de Seattle [Jerry Baldwin, Zev Siegl, y Gordon Bowker] a la hora de elegir el nombre de su negocio de café.

También de la literatura, en concreto de las páginas del libro *Los viajes de Gulliver*, publicado por prime-

ra vez en 1726, salió el germen de la marca Yahoo!. En concreto, en el libro de Jonathan Swift, *los yahoo* eran un pueblo de criaturas salvajes y sucias, parecidas a los seres humanos, que tenían costumbres de lo más desagradables y escatológicas. Y así llamaba también, al parecer, el padre del cofundador de Yahoo! David Filo a éste y a su hermano: *los yahoo*. No hace falta saber por qué.

No conocemos aún si alguna de las empresas creadas en España a lo largo de 2023 durará tanto como Starbucks o Yahoo!, ni si sus marcas seguirán siendo conocidas siglos después de registrarse. Pero lo que parece claro es que muchos emprendedores patrios no acuden a los clásicos a la hora de elegir el mejor nombre para sus nuevas sociedades.

Peseta que encuentro va para dentro SL, por ejemplo, es una empresa de administración de fincas que en junio inició su actividad en Málaga; *Ya no te amo Raúl*, una inmobiliaria, opera bajo ese nombre en Valencia desde abril; y *Tu envidia mi*

progreso SL es una sociedad dedicada a la distribución de bebidas que nació el pasado mes de mayo en Madrid. Las fuentes de inspiración para estos *branding* son desconocidas.

Son solo tres ejemplos de las 108.091 nuevas empresas que han nacido en España en 2023, según datos del INE; un año prolijo para los nuevos negocios, con un 9,1% más de *alumbramientos* que el anterior y el mayor desde 2007, cuan-

El capital medio para los nuevos negocios supera los 58.000 euros

Hostelería y el inmobiliario copan los nombres más curiosos

do se constituyeron más de 142.000 sociedades mercantiles.

El servicio online de información empresarial, Infoempresa.com, recopila desde hace años los nombres más curiosos de las sociedades que se crean en nuestro país. «Me sigue sorprendiendo la creatividad de los empresarios españoles al elegir nombres ingeniosos para sus sociedades. De todos los análisis que hacemos en Infoempresa.com este es de lejos el más divertido porque más allá de la información detallada de compañías y sus directivos en España, este nos permite dar visibilidad a un rasgo muy característico del tejido empresarial de nuestro país: el humor», apunta Patricia Peiró Hergueta, directora de Infoempresa.com.

A *tope de power SL* bien podría ser el nombre de una bebida isotónica, pero en realidad es la razón social que se ha elegido para una nueva agencia de viajes de Madrid; en el restaurante guipuzcoano *Lamadre-quetepario* llevan desde septiembre contando a sus clientes de qué madre se acuerdan: en *Hoy no me lió SL* distribuyen bebidas desde octubre en Barcelona, tal vez sirvan a *Entren que caben 100 SL*, a *La copita alegre* o el *Ke más da* nuevos bares de Madrid y Cáceres.

Si uno pillas el AVE puede ir a comer en Barcelona al *Arroz de mi vida SL* y luego tomarse algo por la noche en *Donde no hay vino no hay amor* en Alicante. Allí mismo podrá comprarse unos zapatos en *Hazlo bien con tu dinero SL*, contratar una reforma en *El potato que mola SL*, o pillarse un ferry a Baleares y buscar una casa en la inmobiliaria *Heaven can wait SL*.

No sabemos dónde se han inspirado los dueños del *holding* empresarial valenciano *Lie to mi S.L.*, ni si inspiran ellos tampoco mucha confianza; pero seguro que las catas en la bodega vallisoletana *El verdejo lo peta SL* resultan apetecibles.

Fundar una empresa no es sin embargo cosa de broma. Para las 108.091 empresas creadas en 2023 se suscribieron más de 6.289 millones de euros –según apuntó este viernes el INE–, un 21,2% más que en 2022. Y se hizo con un capital medio de 58.191 euros, un 11,1% más.

¿Cuánto durarán estos nuevos negocios? El tiempo lo dirá, pero en 2023 se disolvieron 24.764 sociedades mercantiles, un 5,6% menos que un año antes. Tampoco sale de *Moby Dick*, pero *Mucha mierda producciones SL*, desea suerte en Madrid desde este agosto.

El S&P 500, en máximos por encima de 5.000 puntos

Las grandes tecnológicas lideran el nuevo récord del índice en Wall Street

EL MUNDO
El jueves lo intentó en un asalto que apenas duró un suspiro, pero el viernes lo consiguió. El índice estadounidense S&P 500 perforó ayer la barrera de los 5.000 puntos y marcó un nuevo máximo histórico al rebasar los 5.010 enteros en los primeros compases de apertura en Wall Street.

Mientras las bolsas europeas cerraban la semana, las grandes tecnológicas –Microsoft, Apple, Amazon, Nvidia, Meta, Alphabet y Tesla– condujeron al selectivo estadounidense a un nivel en el que nunca antes se había situado tras una semana marcada por las ganancias.

La importancia de ese hito, tal y

como recoge la agencia Efe citando al portal MarketWatch, es más sociológica que objetivamente económica, pues para los analistas el índice más relevante y más seguido es el Dow Jones, «verdadera vara de medir del parque neoyorquino para el público general». El portal subraya que al S&P 500 le ha costado 719

días de cotización sumar 1.000 puntos, desde su cuota de 4.000 lograda en 2021.

En Europa, el Ibex 35 cerró la semana con un balance negativo. El índice español acumuló un retroceso del 1,65% tras finalizar ayer con un descenso del 0,09%, situándose en 9.896 puntos tras la batería de resul-

tados empresariales de los últimos días. La peor evolución semanal estuvo liderada por Acciona Energía (-8,87%), Acciona (-6,47%) y Colonial (-5,36%), mientras que el mejor desempeño semanal fue para Acerinox (+8,56%), Rovi (+7,55%) y Unicaja (+4,46%).

En el resto de grandes plazas europeas, sólo Londres, con un descenso del 0,52%, se unió a Madrid en las caídas, mientras que Fráncfort firmó tablas (+0,05%) y París y Milán consiguieron avanzar con incrementos, respectivamente, del 0,73% y el 1,43%.